

Derivatif : Jurnal Manajemen

Vol. 15 No. 1 April 2021

(ISSN Cetak 1978-6573) (ISSN Online 2477-300X)

MODEL BISNIS CANVAS HUTAN PINUS LIMPAKUWUS PURWOKERTO**Hermin Endratno¹, Ade Rusman², Arini Hidayah³**Universitas Muhammadiyah Purwokerto^{1,2,3}E-mail: herminendratno@ump.ac.id, aderusman@yahoo.co.id, hidayaharini99@yahoo.co.id**ABSTRAK**

Pemetaan model bisnis dengan pendekatan *business model canvas* yang dilakukan pada kesembilan blok elemen di dalamnya yang meliputi *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key activity*, *key resource*, *key partnership*, dan *cost structure* secara garis besar dikatakan sudah cukup baik. Model bisnis yang sudah berjalan mampu memenuhi sembilan elemen blok bangunan pada *business model canvas*. Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan analisis SWOT ke sembilan elemen blok bangunan pada *business model canvas* mengenai kekuatan dan kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki hutan pinus Limpakuwus, menghasilkan kesimpulan strategi yang dapat dijadikan rekomendasi bagi pihak manajemen hutan pinus Limpakuwus sehingga dapat melakukan penyempurnaan model bisnis yang ada. Dari ke sembilan elemen blok bangunan pada *business model canvas* yang ada, peneliti merekomendasikan adanya penambahan yang ditujukan pada beberapa blok bangunan, yaitu *value proposition*, *key partnerships* dan *customer relationship*.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, *Hutan Wisata***ABSTRACT**

Mapping the business model with the business model canvas approach, which is carried out on the nine block elements in it, which includes the customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key activity, key resource, key partnership, and the cost structure are broadly said to be sufficient. good. The existing business model is able to fulfill the nine building block elements of the business model canvas. Based on the results of the evaluation using a SWOT analysis of the nine building block elements on the business model canvas regarding the strengths and weaknesses, opportunities, and threats of the Limpakuwus pine forest, it produces a strategic conclusion that can be used as a recommendation for the Limpakuwus pine forest management so that it can improve its business model. there is. Of the nine building block elements in the existing business model canvas, the researchers recommend that additions are aimed at several building blocks, namely value propositions, key partnerships and customer relationships.

Keywords: Business Model Canvas, Forest Tourism

I. PENDAHULUAN

Salah satu upaya untuk lebih mendorong perekonomian perdesaan adalah

mendorong pengembangan tingkat desa dengan berbasis pada kearifan lokal, potensi sumber daya alam, budaya dan

keunikannya. Desa-desanya yang mampu mendayagunakan sumber dayanya dengan cara yang berbeda dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang edukatif dan inovatif. Salah satu sumber daya alam yang wajib dijaga kelestariannya dan dapat meningkatkan income masyarakat adalah dengan menjadikannya sebagai tempat wisata atau lebih dikenal dengan nama hutan wisata. Menurut Keputusan Menteri Kehutanan RI No: 687/Kpts II/ 1989 Bab I Ketentuan Umum, Pasal 1 ayat 1 : bahwa hutan wisata adalah kawasan hutan diperuntukkan secara khusus, dibina dan dipelihara guna kepentingan pariwisata dan wisata buru, yaitu hutan wisata yang memiliki keindahan alam dan ciri khas tersendiri sehingga dapat dimanfaatkan bagi kepentingan rekreasi dan budaya disebut taman wisata.

Kabupaten Banyumas memiliki berbagai macam potensi wisata. Salah satunya adalah kawasan hutan wisata. Salah satu hutan wisata yang ada di Desa Limpakuwus Kecamatan Sumbang adalah hutan pinus Limpakuwus. Lokasinya berjarak kurang lebih 40 kilometer dari Kota Banyumas. Hutan wisata ini bisa dicapai dalam waktu 1 jam berkendara. Luas hutan pinus ada sekitar 10 hektare. Hutan ini dikelola oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Desa Limpakuwus. Hutan wisata Limpakuwus dibuka tanggal 15 Desember 2018. Kapasitas pengunjung 3000 orang per hari (*Tribunbanyumas.com*, Rabu (1/7/2020)). Selama pandemi covid19, ada pembatasan pengunjung yaitu sejumlah 1300 orang per hari.

Wisatawan yang berkunjung ke hutan wisata Limpakuwus sebagian besar merupakan wisatawan lokal, sedangkan untuk wisatawan asing belum ada. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi praktis khususnya dalam pengembangan

model hutan wisata yang nantinya dapat diadopsi ataupun diadaptasi sesuai karakteristik desa yang dapat menarik wisatawan asing. Harapannya, mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat setempat, sekaligus menumbuhkan kesadaran para pihak untuk menjaga dan meningkatkan fungsi ekonomi kawasan hutan pinus.

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah belum adanya panduan atau model bisnis canvas (Business Model Canvas/BMC) yang dapat dijadikan pedoman dalam mengembangkan hutan wisata di Desa Limpakuwus. Tujuan penelitian ini adalah merancang ide perencanaan model bisnis canvas di masa depan dengan melihat kondisi hutan wisata Limpakuwus saat ini.

Dari sisi aplikasi, riset ini berperan penting dalam mendukung program Pemerintah Kabupaten Banyumas yang sedang merintis pengembangan desa wisata.

II. METODE PENELITIAN

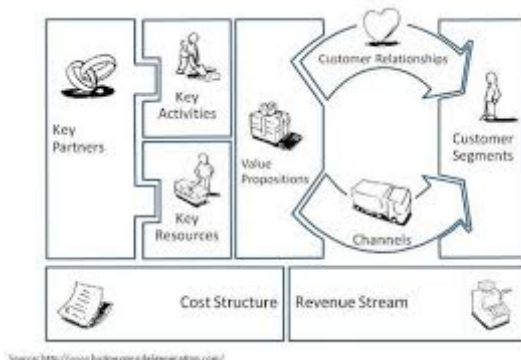
Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena - fenomena yang ada. adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer berupa hasil wawancara/transkrip *in-depth interview* dengan berbagai informan/partisipan, dan data observasi lapangan tentang potensi pengembangan hutan pinus Limpakuwus. Nara sumber, atau partisipan, informan dalam penelitian ini adalah pihak manajemen hutan wisata Limpakuwus serta pengunjung. Sesuai dengan karakteristik data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi dan wawancara. Observasi langsung dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkap data mengenai

potensi pengembangan hutan wisata Limpakuwus. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pihak manajemen hutan wisata Limpakuwus serta pengunjung dengan menggunakan panduan wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat semua jawaban dari informan sebagaimana adanya. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono 2009) mengemukakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian yang bersifat deskriptif adalah untuk memberi deskripsi atau gambaran secara sistematis, akurat, dan faktual mengenai fakta-fakta yang menjelaskan detail mengenai analisis model bisnis sebagai strategi pengelolaan potensi hutan wisata. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan tujuan mendapatkan hasil pengamatan objek yang akan diteliti yaitu potensi wisata hutan pinus.

Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan lagi sampai tahap tertentu hingga diperoleh data yang dianggap kredibel. Selain itu, aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Perancangan pengembangan model bisnis dilakukan melalui tahapan analisis untuk mengetahui kondisi sasaran yang dicapai. Analisis ini menggambarkan

strategi bisnis yang dapat diidentifikasi dengan beberapa faktor internal dan faktor eksternal. Identifikasi terhadap kesembilan blok *Business Model Canvas* yaitu *Customer Segments* (CS), *Value Propositions* (VP), *Channels* (CH), *Customer Relationships* (CR), *Revenue Streams* (RS), *Key Partnerships* (KP) dan *Costs Structure* (CS). Tahap Selanjutnya identifikasi unsur dari *Business Model Canvas* dan SWOT.



Sumber :

<https://garudapreneur.com/artikel/bagaimana-mewujudkan-ide-bisnis>

Gambar 1. Bagan Model Bisnis Canvas

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Wisata Hutan

Pinus Limpakuwus

1. Letak Geografis

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, ibu kotanya adalah Purwokerto. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Brebes di utara Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banjarnegara, dan Kabupaten Kebumen di timur, serta Kabupaten Cilacap di sebelah selatan dan barat. Gunung Slamet merupakan gunung tertinggi di Jawa Tengah terdapat di ujung utara wilayah kabupaten ini. Jika dilihat dari titik koordinat, maka Kabupaten Banyumas terletak pada 7°25'24.6"S 109°13'48.4"E. Luas

wilayah Kabupaten Banyumasekitar 1.327,60 km² atau setara dengan 132.759,56 Ha, dengan keadaan lapangan sepak bola. Objek Wisata Hutan Pinus Limpakuwus terletak di sebelah utara Desa Limpakuwus berdekatan dengan Wisata Tlaga Sunyi, dapat ditempuh sekitar 36

menit dari Kota Purwokerto melewati jalan menanjak dan berkelok-kelok, berada pada ketinggian sekitar 750 meter di atas permukaan laut (mdpl) menawarkan pesona yang alami. Deretan pohonpinus berusia 30 tahunan berjajar rapi, rindang dan asri. (L Darmawan, 2019).

Tabel 1. Karakteristik Potensi Objek Wisata

No	Parameter	Indikator
1	Daya Tarik Objek Wisata	Keindahan objek wisata (seperti baik untuk anak-anak dan orang dewasa, antara lain wahana <i>outbound</i> , <i>flying fox</i> untuk orang dewasa dan anak-anak
2	Aksesibilitas	1. Jarak dari jalan raya (jalan kabupaten) 2. Jalan menuju objek wisata pantai 3. Kendaraan menuju objek wisata 4. Jumlah Transportasi umum menuju objek wisata per hari 5. Membuka akses jalan menambah menuju lokasi objek wisata
3	Sarana, Prasarana dan Fasilitas Dasar	1. Sarana Air Bersih 2. Tempat ibadah 3. Listrik 4. Tempat Parkir 5. MCK 6. Warung Makan 7. Perlengkapan kebersihan 8. Penyewaan alat

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

2. Identifikasi 9 Elemen Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) ialah suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu

menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

BMC dapat digunakan untuk semua lini bisnis tanpa terbatas sektor usahanya. BMC sangat membantu untuk mempercepat proses analisis kekuatan dan kekurangan bisnis. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, maka analisis kebutuhan dan profit dapat dilakukan dengan cepat.

a. Customer Segments

Segmentasi ini adalah proses dimana pasar seperti ecotourists dibagi menjadi elemen sub khas atau segmen pasar sehingga tepat dan target biaya pemasaran yang efektif dan strategi manajemen dapat dikembangkan untuk masing-masing segmen. Menurut Lindberg (1991), terdapat empat jenis wisatawan yang berbasis alam yaitu; a) *Hard-core*, dimana sifat turis yang mewakili peneliti ilmiah atau anggota wisatawan yang dirancang untuk pendidikan, b) *Dedicated*, sifat wisatawan yang merupakan orang-orang yang mengambil perjalanan spesifikasi untuk melindungi kawasan destinasi, memahami sejarah lokal, alam, dan budaya, c) *Mainstream*, wisatawan yang melakukan perjalanan tidak biasa atau ekstrim, dan yang terakhir adalah d) *Casual*, sifat wisatawan yang mengambil alam sebagai bagian dari jadwal yang lebih luas.

Saat ini customer segments dari hutan wisata Limpakuwus termasuk dalam kategori *niche market*. *Niche Market* adalah pasar yang sangat fokus terhadap suatu jenis atau layanan tertentu. Segmen pasarnya adalah pribadi/perorangan yang menyukai wisata alam terutama hutan pinus, sekolah/universitas dan komunitas. Selama ini pengunjung masih di dominasi perorangan dan komuintas. Dari segi kewarganegaraan, 100% pengunjung adalah turis

domestik. Umumnya pengunjung berasal dari kota Purwokerto dan sekitarnya. Satu bulan terakhir jumlah pengunjungnya mencapai 8000 orang.

b. *Value Proposition*

1) *Performance*

Menurut Osterwalder (2004), proposisi nilai (nilai tambah yang diberikan kepada para calon *customers* atau *customers* terdiri dari barang dan jasa yang dapat memberi nilai tambah kepada segmentasi yang spesifik sehingga tempat wisata terlihat lebih menarik sehingga dapat membuat pengunjung betah dan ada keinginan datang kembali.

Nilai ekowisata yang ditawarkan adalah wisata alam hutan pinus. Berbagai nilai ekowisata yang dimiliki ini merupakan modal awal untuk menangkap peluang tren kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung untuk menikmati daya tarik wisata berbasis ekowisata tersebut. *The Ecotourism Society* (1990) menyatakan bahwa ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat.

Area hutan pinus seluas 10 hektare merupakan daya tarik utama di tunjang dengan suasana yang sejuk. Hutan ini milik Perhutani yang dikelola oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Ardi Rahayu Desa Limpakuwus.

- 2) *Customization* (sesuatu yg menarik dan menjual)
Sesuatu yg menarik dan menjual dari hutan wisata Limpakuwus adalah suasana hutan pinus yang nyaman, aman, *instagramable* dan hawanya yang sejuk. Pengunjung dapat menikmatinya dengan berfoto, out bond, *flying fox* berkemah, *play ground*/wahana anak, panggung alam terbuka dan berkendara dengan ATV. Namun akomodasi seperti peralatan catering, sound sistem, bangku disediakan dari pihak sendiri, untuk sewa tempat, rincian harganya: full sewa (tempat hanya diperuntukkan bagi tamu undangan tidak untuk umum) denga tarif 7-10 juta/perhari, sewa biasa (tamu undangan dan umum bisa masuk) denga tarif 4-8 juta/perhari. Buka jam 7. Untuk masuk ke Hutan Pinus Limpakuwus, setiap pengunjung dikenakan tiket Rp15.000. Biaya tambahan untuk parkir mobil Rp5.000 per mobil. Sedangkan parkir sepeda motor digratiskan. Harga tiket

masuk sebesar Rp 13.500.000 dengan aplikasi Union.

Saat ini belum ada jasa foto. Namun sudah ada jasa selfi maskot boneka. Pengunjung dikenai biaya sebesar Rp 5000 namun dengan kamera sendiri. Jika hanya sekedar berkumpul dan refreshing sangat cocok. Tetapi jika untuk berkegiatan seperti outbond belum lengkap fasilitasnya.

- 3) *Design*
Design dalam konteks jasa, dapat berupa failitas, pelayanan maupun rute/ denah arah lokasi wisata Hutan Limpakuwus.
- 4) *Risk Reduction*
Risiko yang dihadapi pihak manajemen hutan wisata Limpakuwus adalah adanya penuruann jumlah pengunjung. Untuk resiko jatuhnya ranting pohon atau pohon yang tumbang, sudah diantisipasi oleh pihak manajemen. Penebangan hutan wajib lapor ke Perhutani. Cuaca yang mendadak hujan deras dapat mengurangi minat pengunjung untuk datang. Namun selama ini pihak manajemen telah bekerjasama dengan BMKG untuk informasi cuaca. Informasi cuaca di sampaikan di instagram @hutanpinuslimpakuwus. Dengan demikian, calon pengunjung mendapatkan informasi yang jelas

sebelum memutuskan untuk berkunjung.

5) *Accesibility*

Informasi hutan wisata Limpakuwus dapat diperoleh di website perhutani dan media sosial instagram

@hutanpinuslimpakuwus.

Akses fisik ke lokasi hutan wisata Limpakuwus, dapat ditempuh dengan motor maupun mobil. Untuk saat ini, bus dapat di parkir di area parkir Baturraden. Pihak manajemen hutan wisata Limpakuwus melakukan penjemputan wisatawan ke lokasi parkir.

6) *Channel/distribution*

Channels merupakan sarana untuk menyampaikan nilai atau manfaat dari produk kepada customer segment. Manajemen hutan wisata Limpakuwus telah menjalin kerjasama dengan Union untuk aplikasi pembayaran tiket secara online. Selain itu, manajemen hutan wisata Limpakuwus juga bekerjasama dengan Hotel Surya Baturraden untuk penginapan tamu. Untuk informasi cuaca, bekerjasama dengan BMKG.

7) *Customer Relationships*

Manajemen hutan Limpakuwus menjalin hubungan dengan pelanggan dengan menjawab pertanyaan di instagram

@hutanpinuslimpakuwus serta memberi harga khusus untuk pengunjung rombongan.

8) *Reveue Streams*

Aliran pendapatan atau *revenue streams* berbentuk pendapatan yang diperoleh dari serangkaian jasa layanan hutan pinus Limpakuwus. Menurut Osterwalder (2004), pemasukan yang diukur dalam bentuk uang yang diterima perusahaan dari pelanggannya disebut aliran pendapatan.

Aliran pendapatan dapat dioptimalkan salah satunya dengan mem berlakukan tarif masuk kawasan .Tarif masuk lokasi wisata sebesar Rp.15.000,00. Untuk tarif kemah bervariasi. Sewa tenda Rp 80,000.00. paket kemah keluarga Rp. 350.000,00.Selain itu, pemasukan lain berasal dari sewa ruko. Biaya sewa ruko per bulan adalah Rp.300.000,00. Ada sejumlah 20 ruko kuliner. Tarif outbond Rp.80.000/orang parkir bus Rp30.000,00. Biaya sewa *hammock* dan Rp5.000, Harga sewa ATV tergolong, Rp20.000,00 untuk 4 kali putaran dengan jarak 200 meter. Foto prewedding, membayar Rp100.000 Biaya tambahan untuk parkir mobil Rp5.000 per mobil. Sedangkan parkir sepeda motor digratiskan. Trampolin

Rp.15.000,00 Taman lalu lintas Taman lalu lintas Spider web Rp5.000. Total pemasukan tahun (2018) sebesar Rp. 1,1 M , tahun (2019) sebesar 1,8 M dan tahun (2020) sebesar 2,2 M

9) Metode Pembayaran

Pengunjung melakukan transaksi berupa pembelian tiket di loket pintu masuk sebesar Rp. 15.000,00 maupun cashless secara online melalui aplikasi Union seharga Rp.13.500,00.

10) *Key Resources*

Yang termasuk dalam area *key resources* adalah berbagai sumber daya yang dimiliki pebisnis atau organisasi untuk mewujudkan proposisi nilai seperti manusia, brand, peralatan, dan teknologi. Sumber daya utama atau *key resources* adalah aset fisik yang berupa area hutan pinus Limpakuwus beserta seperangkat fasilitas pendukung layanan, sumber daya manusia meliputi lapisan masyarakat Desa Limpakuwus bersama perhutani. Menurut Osterwalder (2010), setiap organisasi atau lembaga membutuhkan sumber daya manusia, baik organisasi tersebut berorientasi laba, organisasi swasta, maupun organisasi pemerintah.

a) Sumberdaya fisik

Sumberdaya fisik yang lain yaitu adanya sarana wisata hutan pinus yang

dapat digunakan untuk *out bond*, berkemah, ATV, wahana anak, gazebo, dan spot foto.

b) Sumberdaya manusia
Tenaga kerja yang ada sejumlah 25 orang pegawai tetap. Dua puluh orang pegawai harian.

c) Teknologi

Pihak manajemen hutan pinus Limpakuwus menggunakan teknologi informasi instagram @hutanpinuslimpakuwus untuk mempromosikan hutan pinus Limpakuwus. Saat ini transaksi pembelian tiket secara *online* menggunakan aplikasi Union. Namun saat ini belum ada website hutan wisata Limpakuwus

11) *Key Activities*

Key activities mencakup segala aktivitas yang harus dilakukan seorang pelaku bisnis untuk menghasilkan produk atau layanan yang baik dan memuaskan. Pada dasarnya, produk wisata area hutan pinus yang luas untuk berbagai aktivitas baik pribadi maupun kelompok. Aktivitas Utama atau *Key activities* ekowisata hutan wisata Limpakuwus meliputi kegiatan layanan ekowisata dan pengelolaan maupun pemeliharaan hutan wisata Limpakuwus. Menurut teori yang dikemukakan oleh Osterwalder (2010),

aktivitas utama ini memiliki karakteristik ragam meliputi, aktivitas yang diperlukan untuk menghasilkan proposisi nilai yang ditawarkan, menyalurkan proposisi nilai yang ditawarkan tersebut kepada pelanggan, aktivitas untuk menjalin hubungan pelanggan, dan aktivitas untuk menangani aliran pendapatan.

12) Key Partnership

Mitra utama atau *key partnerships* yang dimiliki adalah perhutani (*government*), kalangan bisnis/wirausaha (*entrepreneurs*), dan lapisan masyarakat (*communities*). Kerjasama ini dapat diupayakan secara kolaborasi kohesif agar memberi dampak positif terhadap pengembangan hutan wisata Limpakuwus. Kolaborasi diperlukan agar aktivitas masyarakat, operasional bisnis, dan kebijakan pemerintah daerah selaras dan saling menunjang sehingga terbentuk iklim yang baik sehingga mampu menarik minat *tourists*, *traders*, *investors*, *talents*, *developer*, dan *organizers* untuk bersama-sama mengembangkan hutan wisata Limpakuwus. Kerjasama edukasi terkait operasional bisnis, iklim bisnis berkepedulian sosial dan lingkungan harus terus didukung dan dibangun. Hal ini akan menjamin

semakin meningkatnya peluang investasi di hutan wisata Limpakuwus.

Pihak manajemen hutan wisata Limpakuwus saat ini telah menjalin kerjasama dengan pihak yang menyediakan aplikasi pembayaran online yaitu. Kerja sama juga dijalin dengan Hotel Surya Baturraden

13) Cost Structure

Struktur biaya atau *Cost Structure* meliputi alokasi anggaran biaya yang berkaitan dengan biaya operasional program tahunan misalnya seperti gaji karyawan, biaya pemeliharaan, biaya pengadaan fasilitas, sarana, dan prasarana, serta biaya promosi. Menurut Osterwalder (2010), menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, upaya memperoleh pendapatan, menjalankan aktivitas bisnis serta bekerja sama dengan mitra utama semua membutuhkan biaya operasional.

3. Identifikasi SWOT pada setiap BMC Model Bisnis

Perubahan perubahan yang terjadi sering berasal dari areaareayang diidentifikasi melalui analisis SWOT dengan menginvestigasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu model bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara, pengisian kuesioner

dan observasi, maka hasil identifikasi SWOT kesembilan unsur BMC (Business Model Canvas) hutan Limpakuwus ditunjukkan pada Tabel 1. Hasil identifikasi SWOT tiap unsur BMC digunakan untuk perancangan

prototipe model bisnis baru yang akan dijalankan hutan Limpakuwus di masa depan.

Berikut ini disajikan analisis SWOT Business Model Canvas:

Tabel 2. Analisis SWOT dari 9 Aspek dalam Model Bisnis Canvas Saat Ini

NO	ASPEK	KEKUATAN	KELEMAHAN	PELUANG	ANCAMAN
1	Customer segments	Konsumen /pengunjung berbagai kalangan strata sosial dan usia	Konsumen masih terbatas wisatawan lokal	Perluasan segmen pasar Pertumbuhan wisatawan skala nasional	Pesaing dengan segmen konsumen yang sama dibidang wisata hutan
2	Value Proposition	Hutan pinus yang sejuk dan nyaman untuk berkemah, foto, out bond Akses mudah diajangkau	Pegawai rata-rata Pendidikan SMA Gazebo untuk ruang pertemuan masih terbatas	Perlu meningkatkan keamanan di malam hari Potensi wisata budaya lokal	Adanya wisata sejenis di kota lain
3	Channel /distribution	Kerjasama dengan Union untuk transaksi pembayaran online Kerjasama dengan Hotel Surya Baturraden	Media promosi melalui media sosial masih terbatas	Menjaga tingkat kepercayaan pengunjung Kemajuan teknologi Informasinya yang sangat perlu dikembangkan	Adanya perpindahan konsumen Persaingan promosi semakin pesat
4	Customer Relationships	Banyaknya sekolah di Kabupaten Banyumas Pemanfaatan instagam @hutanpinuslimpakuwus	Pengelola masih pasif dalam menarik konsumen	Kerjasama dengan sekolah	Wisata alam sejenis yang lebih aktif dalam menarik konsumen
5	Revenue Streams	Pendapatan berasal dari tiket masuk kawasan dan uang sewa ATF, out bond, berkemah	Pendapatan tergantung dari jumlah pengunjung	Terbukanya sumber pemasukan baru bagi masyarakat sekitar	Berkurangnya jumlah pengunjung / beralih ke tempat lain

6	Key Resources	Sumber daya manusia (SDM) cukup secara jumlah	Rata-rata berpendidikan SMA	Memiliki Daya saing tinggi sehingga bisa berkembang	Munculnya pesaing yang menawarkan wisata sejenis
		Keunikan potensi hutan pinus			
7	Key Activities	Pelayanann, pemeliharaan dan perawatan sesuai kewajiban	Kerja sama masih kurang	Banyaknya kegiatan wisata yang perlu dikembangkan	Kurangnya pemahaman wisata terhadap hutan
8	Key Partnership	Kerjasama dengan Union untuk transaksi pembayaran online Kerja sama dengan Hotel Surya Baturraden Kerja sama dengan warga sekitar	Kepentingan banyak pihak	Terbukanya peluang kerjasama dengan partner bisnis penyedia IT	
9	Cost Structure	Struktur biaya lebih bersaing	Biaya operasional cukup tinggi dan pengelolaan dana masih belum efisien	Mempunyai peluang berkembang Secara efisien	Kondisi pandemi yang belum kembali normal

Tabel 3. Model Bisnis Canvas Hutan Pinus Limpakuwus

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
1.Kerjasama dengan Union 2.Kerjasama dengan perhutani Kerja sama dengan Hotel Surya Baturraden	Pengelolaan, pemeliharaAn dan pengembangan wisata hutan pinus	Hutan pinus yang sejuk dan nyaman berkemah, foto, out bond	Pelayanan wisatawan secara langsung dan tidak langsung Pemanfaatan instgramam @hutanpinuslimpakuwus	Konsumen berbagai kalangan strata sosial dan usia

Kerja sama dengan warga sekitar	Key Resources Masyarakat desa, sarana dan prasarana, objek wisata hutan pinus	Channel Promosi dilakukan dengan media sosial yaitu instagram @hutanpinuslimpakuwus
Cost Structure 1) Biaya Listrik, 2) Biaya PDAM 3) Biaya gaji pegawai 4) Biaya pengadaan sarana 5) Biaya promosi 6) Biaya pemeliharaan, 7) Biaya pengadaan fasilitas, 8) Sarana, dan prasarana		Revenue Stream Pendapatan berasal dari tiket masuk pintu utama, tiket masuk wahana dan uang sewa ATF, out bond, berkemah

Sumber: hasil observasi, dokumentasi penelitian dan wawancara dengan narasumber

Tabel 4. Model Bisnis Canvas Hutan Pinus Limpakuwus Yang Baru

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
1.Kerjasama dengan Union	Melayani pengunjung baik wisata hutan, <i>out bond</i> dan berkemah	Hutan pinus yang sejuk dan nyaman <i>Panggung terbuka yg representatif</i> <i>Atraksi budaya lokal</i>	<i>Kerjasama dengan pengunjung melalui kartu keanggotaan</i>	Konsumen berbagai kalangan strata sosial dan usia dan dari berbagai daerah
2.Kerjasama dengan perhutani				
3.Kerjasama dengan Hotel Surya Baturraden	Key Resources Hutan pinus yang sejuk dan nyaman		Channel Promosi dilakukan dengan media sosial yaitu instagram @hutanpinuslimpakuwus dan you tube	
4.Kerjasama dengan sekolah				
5.Kerjasama dengan agen wisata				

Cost Structure	Revenue Stream
<ol style="list-style-type: none">1. Biaya Listrik,2. Biaya PDAM3. Biaya gaji pegawai4. Biaya pemeliharaan,5. Biaya pengadaan fasilitas,6. Biaya sarana, dan prasarana,7. Biaya promosi	Pendapatan berasal dari tiket masuk, uang sewa properti camping dan ATF

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Elemen-elemen model bisnis wisata hutan pinus Limpakuwus yang teridentifikasi meliputi *costumer segment* atau segmen wisatawan yang mengunjungi adalah wisatawan nusantara value propositios yang ditawarkan adalah layanan wisata alam hutan pinus Limpakuwus namun pihak pengelola kawasan hutan pinus Limpakuwus belum memiliki paket ekowisata komersial yang komprehensif ; *costumer relationship* yang berlangsung saat ini yaitu pelayanan langsung kepada wisatawan; *channels* yang digunakan adalah media publikasi instagram @hutanpinuslimpakuwus, *key resources* dalam ekowisata ini adalah aset fisik yang berupa panorama sekitar hutan pinus Limpakuwus beserta seperangkat fasilitas pendukung layanan ekowisata, ; *key activities* yang ada meliputi pengelolaan layanan ekowisata dan pemeliharaan maupun pengembangan ekowisata hutan pinus Limpakuwus; *key partnerships* yang dimiliki meliputi, perhutani, kalangan bisnis/wirausaha lokal, dan lapisan masyarakat; *cost structure* yang dimiliki meliputi alokasi anggaran biaya yang berkaitan dengan biaya operasional program misalnya seperti biaya pemeliharaan, biaya pengadaan fasilitas, sarana, dan prasarana, serta biaya promosi; *revenue streams* berasal

dari pendapatan dari tiket masuk dan sewa.

Saran bagi para pihak yang terlibat meliputi lapisan masyarakat hutan pinus Limpakuwus, pemerintah, praktisi wisata, perlu bersinergi secara menyeluruh dalam hal pengelolaan dan pengembangan nilai ekowisata hutan pinus Limpakuwus secara berkelanjutan.

Untuk memperkuat sinergisitas antar pihak perlu menyamakan persepsi mengenai prosedur-prosedur utama pengelolaan wisata hutan sehingga semua pihak mendapatkan manfaat. Semua pihak harus turut serta dalam membangun konsep ekowisata hutan pinus Limpakuwus melalui 9 komponen model bisnis serta adanya keuntungan yang adil sehingga nantinya peningkatan standar dan kualitas dapat dilaksanakan dengan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak yang kompeten untuk meningkatkan kualitas produk wisata, serta sarana pendukung lainnya.

Bagi peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan penelitian ini berkaitan dengan pertimbangan peran dari perspektif pemerintah terkait sampai praktisi bisnis. Peneliti menyarankan agar informan yang dipilih dalam penelitian ke depannya tidak hanya berasal dari sudut pandang pengelola wisata dan wisatawan saja namun dapat juga berasal dari mitra bisnis pengelola hingga dinas pemerintah terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. Al, & Iqbal, M. (2018). Analisis Kondisi Existing dan Pengembangan Model Bisnis dalam Sektor Pariwisata (Studi Kasus Pariwisata di Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54 (1), 169–178. <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i1.4735>
- Anggara, F. S. A. (2016). Analisis Sembilan Komponen Model Bisnis Ekowisata Internasional di Desa Gubugklakah. *Al Tijarah*, 2(1), 69. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i1.664>
- Cidhy, D. A. T. K., Baga, L. M., & Djohar, S. (2004). Pariwisata Kreatif Dan Kegiatan Ekstrakurikuler Berbasis Bambu Dalam Pengembangan Model Bisnis CV Suratin Bamboo. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(3), 227–239. <https://doi.org/10.17358/jma.13.3.227>
- Endratno, Hermin (2019) Model Pengembangan Start Up Bisnis Mahasiswa FEB UMP (2018)
- Endratno, Hermin (2020) Canvas Business Model Marketer Village, Tunjungmuli Purbalingga, 2nd ICBAE , proseedings conference. DOI 10.4108/eai.5-8-2020.2301083
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Marlina, N. (2019). Kemandirian Masyarakat Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based tourism: Studi kasus Desa Ketengger, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i1.4735>
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo.
- Refri Astari Srigama (2018) Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Pariwisata Edukatif (*Culture-Tourism*) Studi Kasus : Daerah Wisata Hutan Pinus Kabupaten Bantul , *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Geografi FKIP UMP 2018 ISBN: 978-602-6697-25-7* Purwokerto, 11 Agustus 2018
- Sugiyono. (2003). *Statistik Untuk Penelitian*.

SUMBER INTERNET

- <https://www.gatra.com/detail/news/425247/gaya%20hidup/menikmati-kesejukan-hutan-pinus-limpakuwus>
- <file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/hutan%20produk/hutan%20wisata/WriteNShare%20%20HUTAN%20WISATA%20ALAM.htm>
- <Http://www.library.usu.ac.id/modules.php?op=modload&name=Downloads&file=index&req=getit&lid=593>
- <file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/hutan%20produk/hutan%20wisata/Makalah%20PLH%20Hutan%20Wisata.htm>
- <https://banyumas.tribunnews.com/2020/07/01/wisata-hutan-pinus-limpakuwus-sudah-dibuka-tapi-maaf-cuma-warga-banyumas-yang-boleh-masuk>
- <https://garudapreneur.com/artikel/bagaimana-mewujudkan-ide-bisnis>